基于图像时代的视觉文化传播研究

摘 要：在图像时代的背景下，图像化的传播推动了视觉文化的发展。视觉文化传播现已成为当今传播媒介发展最具活力的方式，它潜移默化地影响着人们生活的方方面面。本文结合时代背景，从传播学的角度切入，基于图像时代、视觉符号的文化传播理论与方法，对当下图像时代中面临的社会问题进行探究与分析。

关键词：图像时代；视觉文化；传播学
中图分类号：J05　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）10-019-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.003

文 / 黄博韬　李琦

引言

伴随大数据、云计算、量子信息、人工智能、5G、物联网等的进一步发展与完善，人们对信息的传播、利用将更为即时、便捷。当代社会，人们的眼睛从没有像今天这样如此忙碌和疲倦，图像化的传播推动着视觉文化的发展，正在潜移默化地影响着人们的生活：一方面，视觉需求与视觉欲望的不断提升；另一方面，当代文化的高度视觉化和媒介化又为人们的观看提供了更多的可能性和更高质量、更具诱惑力的图像[1]。”当今世界确实是一个视觉先行的时代，人们对世界的感知和认识都通过视觉化和图像化来获得，人们的视觉化生活、视觉化生存成为必然，这其中的发展历程与背后引发的社会问题显得尤为重要。因此，基于图像时代背景下的视觉文化研究值得人们探究与深思。

1. 图像时代的形成条件

当今时代的迅速发展，图像化的普及日趋常态，成为人们生活中不可或缺的视觉必需品。通过图像人们不但可以获取需求的信息，同时能得到视觉上的享受，与印刷时代较为单一、线性的传播方式不同，图像时代的传播形态更多地呈现出多元化、非线性的运动形式。在图像时代，镜头与画面成为构成社会文化与人们生活的重要组成部分，人们获取文化的途径发生了改变，由对知识的掌握转向了对图像的观看。

1.1 图像与文字 - 符号学理论支撑

符号学理论的提出和不断发展为图像时代的形成和发展提供了积极的作用，是有效的理论支撑。视觉文化通过符号进行传递，符号承载着意义，符号逐步成为视觉时代语境下的意义载体和呈现形式。宏观上讲，大多数的东西都可以视作符号，这成为图像时代的语境特点。

过去，图像符号和语言符号一直受到传播力量的挑战，由于知识分子善于运用文字，文字的影响力曾一度高于图像，占据统治地位。随着时代的推进，高雅文化与大众文化日趋交融，电子媒体与网络世界之间的新型交流方式也加速了图像时代的到来[2]。

1.2 媒介与传播 - 影像技术的发展

图像需要区分直接与间接含义，影视作为动态图像，其直接的视觉体验就是对图片的识别；在认知间接含义的过程中，则需要将整个影像视作一个整体，只能在特定的连续画面背景下进行掌握[3]。

北大中文系教授王岳川指出：从一定意义来说，形象大于文字，形象大于意义；但是它不可能高于或者深于意义[4]。同时，从形像技术发展的角度来说，影视作为一门形象化叙述的艺术，既不能缺少叙事，同时也无法取消景观。叙事式影视虽依旧存在并发展，但同时伴随媒体时代技术的进展，影视将通过更加多元化的媒介进行传播。例如现阶段影像技术发展日益成熟，人们可以享受不一样的动态图像，体验一种身临其境的真实感；此外，可以通过各种各样的特效对图像进行技术上的处理，让人们的意识和行动都深受这类图像文化的感染。无论在哪个时代，技术的发展脚步永远没有停止，运用好技术并使其为时代的发展创造价值才是真正的意义所在。

1.3 审美与习惯 - 大众文化的需求

当代社会视觉文化传播的语境与表征可以概括为三点：读图时代，景象社会，景观影视。目前，生活中的印刷产品越来越多地采用“图文结合”的方式，人们的阅读方式发生转变，由“看图”到“读图”，由于在人们阅读文字的过程中，“读”作为一种行为，其文字看做一种抽象表达的符号，读者可以通过阅读文字符号来进行思考、领悟，最终对传播者希望传递的含义做出相对

应的解读。比起传统的文字，图像具有更生动形象的特点，能够加深人们对事物的印象，而且比文字更具备普适性，因此，视觉文化审美的重心逐渐由文字转为图像。正是因为人们更愿意在海量的信息中快速筛选最直观、最适合自己的图像信息，因此在一定程度上提高了对自己的审美需求，从而也进一步促进了图像时代的发展和形成，让图像来满足人们日常生活中不能达到的一些要求，并对图像产生了一定的依赖。

除此之外，图像在传递的过程中更具优势，其对意义的传递具有的优势体现在它对眼睛这一感觉器官独特的迎合功能上，人们可以通过眼睛直接来理解图像和画面并做出解读，在这一点上不必受到教育方式和教育水平的限制，而且更易传播，适应大众文化需求[5]。

2. 图像时代的视觉文化传播

在福柯将权力的维度输入凝视后，“眼睛—视觉—权力”三位一体的观看方式无处不在，在图像时代更是成为网民日常生活的常态。

“图像具有提供最大视觉信息的能力。[6]”当代社会有三大传播主体，分别是话语传播，文本传播和视觉传播。对图像而言，视觉传播对信息的传递有巨大的作用。因为视觉所传达的信息是最直接、最表面的，人们可以通过视觉传播来获取简单的意义，这样有助于更通俗、更简单地表达内容。在图像转向背景下，图像理论的提出者米歇尔认为：“观看可能是与各种阅读形式同样深刻的一个问题，视觉经验或‘视觉读写’可能不能完全用文本的模式来解释。[7]”因此，在图像时代人们对文化的获取方式慢慢转向了对图像的获取上，慢慢构建成一组由镜头和画面组成的社会文化。所以，人们可以通过图像来看他们想要看到的世界，通过图像来获取一切他们想要获取的生活信息，然后慢慢形成属于自己的价值观念，最后再落实在行动上。这种图像时代的视觉文化传播手段所带来的影响是其他任何传播手段都无法达到的。

“可能性与天性的结合促成了现代人类的‘图像化生存’。[8]”从科技角度来看，当代媒体技术可以批量生成和再现超现实图像，虚拟图像与真实图像之间的界限变得模糊。从社会角度来讲，视觉图像的传播与文化、政治息息相关，其视界政体中的视觉性本身就关乎着社会性伦理内涵乃至价值秩序，因此，在图像时代演变的过程中，人们应适应图像化生活、遵守社会行为准则，全面提升自身的媒介素养。

在后现代的图像时代中，信息可以批量复制，文化也能够转化为图像符号，人们获取知识的门槛逐步降低，知识的功能发生了转化，越来越多的人们正一步步纳入到视觉文化传播的过程中。

3. 图像时代引发的视觉危机

人们对图像的观察不可能脱离视觉，图像不仅吸引人们的眼睛，而且决定了人们观看的视觉方式。观看的行为是作为空间与时间的取消、作为身体的消失被建构起来的：是那种即时的观看的主体，是一种视觉的建构[9]。在图像时代的大环境中，即时观看成为人们浏览网络时的常态，这一过程中，人们或许没有意识到在自身注意力转移的瞬间身份的迷失与隐藏，导致丧失思辨能力。

在图像时代的人们每天会接收到各式各样的图像轰炸，这种现象会导致人们的视觉感知力下降，加大刺激程度，引发所谓的视觉爆炸，这种视觉危机主要体现在三方面：首先是认知能力的下降。在传统时代主要以印刷为媒介，人们获取信息无非通过文字方式。文字信息不像图像一样直白明了，所以通过阅读获取信息能够锻炼人们的逻辑思维能力，具有一定的内涵。可是图像简单明了，基本上不太需要人们经历过多的思考，这样长久以来会导致人们的整体认知能力下降；其次，由于视觉文化的多样性会使人们获取信息变得费时费力。因为技术的发展使信息获取平台也变得越来越多，人们虽然能够利用这些平台获取海量信息，但是如何高效筛选有价值的关键信息也显得十分重要；最后，视觉图像承载信息的真实性降低。图像的传播正是以其真实，直观的特点得到了人们的认可并迅速普及。但随着各种图像技术的发展，人们得到的信息也许并不是所谓的真实信息，而是一种媒介搭建的“观念信息”，正是如此，对于视觉图像所存在的信息的真实可靠性得到了越来越多的质疑，这也是值得人们深思的地方。

现阶段，视觉文化时代背景特征可以用图像化、网络化来概括，人人彼此处于“看”与被“看”之中。网络图像具有丰富性、鲜活性、时效性等优点，因此拥有广泛的受众群体，但是由于目前网民基数过大，自媒体运营过程中监督不当等问题，从而引发了一系列社会负面性问题，例如诈骗、谣言、网络暴力等，这也使人们必须提高警惕，重新审视图像与观者之间的关系。人们如果不能做到媒介素养的提升、正确认识图像时代引发的视觉危机，那么图像化生存和网络化生活将成为人们的梦魇。

4. 图像困境的解决策略

视觉信息的普及得益于新技术的进展，但与此同时也为我们带来了图像困境，在看待视觉图像上要存在辩证的眼光，面对视觉危机要积极反思，想方设法化解困境，争取营造一种图文共生的和谐环境。

4.1 重建阅读文化

图像时代的发展让人们逐渐适应了以图像为主的视

觉文化新型传播方式，比起传统的文字阅读，图像阅读虽然是一种浅阅读方式，但也是现代社会人们的主要审美特征。既然无法改变图像文化在人们心目中的重要地位，那么，重建阅读文化的最好方式就是将这类浅阅读和碎片阅读重视起来，重新培养人们的思考能力。文字虽然在图像时代中退居次要地位，但仍然在阅读作用上不能退缩，要具备抵制图像霸权的功能。

4.2 追求深度化的视觉文化

图像时代具有快餐式、碎片化、即时性等特点，往往会从图像表象中去归纳图像的形式与模式，去理解图像的信息、象征和意指，而不能将图像原本的、真实的意图进行理解和传播。人们需要超越表象，要在融合视觉素养、信息素养、技术素养的基础上提升人们的媒介素养 [10]。

要想解决图像困境，还必须传播深度的视觉文化。任何文化都有低俗浅薄的一面，图像文化也不例外。因此，要想让图像传达有用的积极的信息，就必须挖掘图像文化的内涵。人们可以从图像上获取自己想要的信息，也能通过图像来表达自己的观点，例如人们通常利用图像文化这种形式来表现和反观世界，所以随着图像时代的发展，人和图像的关系必须得到重新的认识。深度化的视觉文化要求人们要对现实生活给予更多的关注，减少对一些视觉技术手段的滥用，使图像回归本貌。

4.3 建立正确的审美意识

目前，图像的视觉文化传播已成为大众文化的一种主观需求，视觉文化原本是为人们服务的，而现在却主导着人们的审美标准，因此，人们应当理性地看待视觉图像，提升视觉文化素养，建立正确的审美意识，不能被网络图像左右自身的审美判断。所以，学会使用一些新媒介很重要，要从本质上认识图像，加强对图像信息的甄别能力，积极参与图像的制作和传播，使自己在面对图像时更具自主意识，并具有一定的理性审美能力，避免自己在这个视觉图像泛滥的时代中迷失自己 [11]。

4.4 合理使用视觉技术

视觉技术主要包含图像生产、图像观看及图像传播等方面，当代社会的视觉技术有了质的进展，开创了新的文化格局。因此，在使用和发展视觉技术时，人们要用一种理性的态度对待它，要正视视觉技术带来的作用并且要减少对其的依赖。视觉技术的发展和创新虽然对视觉文化的构建起了一定的推动作用，也让人们的审美能力得到了提升和改善，但是正是因为视觉技术的发展，人们在享受的同时也逐渐会迷失自我，对虚拟与真实的界限越来越模糊。因此，要正视视觉技术的两面性，不能对其过分依赖，应提升明辨是非的能力。

结语

在这个瞬息万变的时代中，人们的生活环境无时无刻不被图像充斥着，而图像由符号元素组成，每一个符号元素都有它所要表达的意义。但是图像时代有利有弊，技术的发展已经让图像慢慢偏离它最初的脚步，人们收到的讯息也不再直观化和表面化。因此，只有正确认识并理性分析图像时代中视觉文化传播对人们生活所造成的影响，才能使其朝着更美好的方向发展。媒

参考文献

[1] 周宪 . 视觉文化的转向 [M]. 北京：北京大学出版社，2008（5）.
[2] 高千惠 . 图像化时代的艺术感知与艺术史挑战 [N]. 中国美术报，2017-03-06（020）.
[3] 段刚 . 图像时代的符号与象征 [J]. 天津社会科学，2006，4（4）：27-31.
[4] 石洁 .“读图”时代的艺术设计教学方法改革 [J]. 中国林业教育，2009（S1）：50-52.
[5] 车洁 . 图像时代与符号消费——从传播学视角分析视觉文化及其消费观 [D]. 北京：中国传媒大学，2005.
[6] 贡布里希，范景中，杨思梁，徐一维，等译 . 图像与眼睛：图画再现心理学的再研究 [M]. 南宁：广西美术出版社，2016：152.
[7] 米歇尔，陈永国，胡文征，译 . 图像理论 [M]. 北京：北京大学出版社，2006（7）.
[8] 吴琼 . 视觉性与视觉文化：视觉文化研究的谱系 [J]. 文艺研究，2006（1）：84-96.
[9] 布列逊，郭杨，胡思诗，袁海学，等译 . 视觉与绘画 [M]. 杭州：浙江摄影出版社，2004：104.
[10] 周子渊 . 图像与眼睛：读图时代网民的媒介素养教育研究 [J]. 中国编辑，2019，8（116）：21-23.
[11] 张璐璐 . 浅析图像时代的视觉文化传播 [J]. 科技传播，2019，11（17）：157-158.

（作者单位：南京理工大学设计艺术与传媒学院）